

# **SKRIPSI**

## **Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Angkasa Pura II dalam Membangun *Corporate Image* melalui “Pesona Gerbang Indonesia” Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno Hatta**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun oleh :

Katarina Devania Citta P.

NRP.1423014031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya

Nama : Katarina Devania Citta Pramono

NRP : 1423014031

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul

**Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Angkasa Pura II dalam  
Membangun *Corporate Image* melalui “Pesona Gerbang Indonesia”  
Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno Hatta**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut

Surabaya, 11 Juli 2018

Peneliti



Katarina Devania Citta P.

NRP. 1423014031

## HALAMAN PERSETUJUAN

### SKRIPSI

# STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. ANGKASA PURA II DALAM MEMBANGUN *CORPORATE IMAGE* MELALUI “PESONA GERBANG INDONESIA” TERMINAL 3 BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO HATTA

Oleh :

Katarina Devania Citta Pramono

NRP : 1423014031


Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penelitian proposal  
skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan Putri H. S.Sos, M. I.Kom (.....)

NIK. 142.10.0651

Pembimbing II : Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si

NIK. 142.09.0647



(.....)

Surabaya, 11 Juli 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi bagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 29 Juni 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,


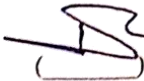




Dekan,

Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Anastasia Yuni W. S.Sos, M.Med.Kom (   
NIK. 142.09.0634
2. Sekretaris : Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si (   
NIK. 142.09.0647
3. Anggota : Theresia Intan Putri H. S.Sos, M. I.Kom (   
NIK. 142.10.0651
4. Anggota : Finsensius Yuli P. S.Sos., M.Med.Kom (   
NIK. 142.09.0633

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Katarina Devania Citta Pramono

NRP : 1423014031

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. ANGKASA PURA II DALAM MEMBANGUN *CORPORATE IMAGE* MELALUI “PESONA GERBANG INDONESIA” TERMINAL 3 BANDARA INTERNASIONAL SOEKARNO HATTA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang hak cipta.

Demikian pernyataan persetujuan karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juli 2018

Yang menyatakan



Katarina Devania Citta P.

## KATA PERSEMBAHAN

Komitmen dan tanggung jawab adalah kunci untuk menyelesaikan masa studi di bangku perkuliahan ini. Akan tetapi tanpa ada niat hal itu tidaklah berarti. Jalani meskipun rintangan menghadang. Percaya akan kuasa Tuhan dan berusaha hingga keinginan kita tercapai. *Do not ever give up!*

Penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orangtua dan orang-orang disekitar yang selalu mendoakan penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas segala bentuk dukungan yang selalu diberikan sehingga penulis dapat terus bersemangat dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

*“No research without action, no action without research”* – Kurt Lewin.

Surabaya, 11 Juli 2018

Katarina Devania Citta P.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini yang berjudul Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Angkasa Pura II dalam Membangun *Corporate Image* melalui “Pesona Gerbang Indonesia” Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno Hatta.

Skripsi ini adalah mata kuliah wajib yang harus diambil oleh mahasiswa tingkat akhir di program studi ilmu komunikasi, fakultas ilmu komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya sebagai syarat kelulusan sebagai sarjana ilmu komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, baik secara moral dan materi, diantaranya :

1. Orang tua dan saudara penulis yang selalu setia mendengarkan, menasihati serta memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini dengan baik.
2. Theresia Intan Putri H. S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I penulis yang selalu bersedia untuk memberikan masukan, saran dan selalu meluangkan waktu bagi penulis untuk berkonsultasi.
3. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala dan pembimbing II penulis yang selalu meluangkan waktu untuk berkonsultasi dan memberikan dukungan serta semangatnya agar dapat rajin dalam menyelesaikan segala rangkaian perkuliahan tahap akhir ini.

4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., MA., Drs. Nanang Krisdinanto M.Si., Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom., Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom., Maria Yuliasuti, S.Sos.,M.Med.Kom., Puput Tri Kusminto, S.IP., M.Med.Kom., Akhsaniyah, S.Sos.,M.Med.Kom. atas segala ilmu yang diberikan kepada penulis dalam berbagai kesempatan perkuliahan selama penulis belajar di Fikom WM.
5. Staff Fakultas Ilmu Komunikasi, Aji Tina, Djati, Ida atas segala keramahan dan kesabarannya dalam membantu penulis selama menempuh studi di Fikom WM.
6. Untuk teman-teman seperjuangan yakni Vivian, Vernanda, dan Birgitta Angie yang sudah mendukung serta mendengarkan keluhan ku. Serta Fransiskus Damanik, teman-teman sepembimbingan, dan seluruh teman-teman Fikom WM angkatan 2014 lainnya.
7. Berbagai pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu yang amat membantu penulis dalam menyusun proposal skripsi ini. Semoga Tuhan selalu memberkati kalian semua.

Peneliti menyadari bahwa masih sangat banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini, maka dari itu penulis sangat berharap kepada para pembaca untuk bersedia memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih positif bagi kita semua. Terima kasih.

Surabaya, 11 Juli 2018

**Penulis**



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR

HALAMAN SAMPUL DALAM ..... i

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS ..... ii

HALAMAN PERSETUJUAN ..... iii

HALAMAN PENGESAHAN ..... iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....v

KATA PERSEMBAHAN ..... vi

KATA PENGANTAR ..... vii

DAFTAR ISI ..... ix

DAFTAR GAMBAR ..... xii

DAFTAR BAGAN ..... xiv

ABSTRAK.....xv

ABSTRACT ..... xvi

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah.....1

I.2 Rumusan Masalah .....8

I.3 Tujuan Penelitian .....9

I.4 Batasan Masalah .....9

I.5 Manfaat Penelitian .....9

## BAB II PERSPEKTIF TEORITIS

### II.1 Kajian Teoritis

II.1.1 <i>Public Relations</i> .....	10
II.1.2 Strategi Komunikasi <i>Public Relations</i> .....	12
II.1.3 <i>Corporate Image</i> dan BUMN.....	14
II.1.4 Slogan.....	16
II.1.5 Studi Kasus.....	17

### II.2 Bagan Kerangka Konseptual.....19

## BAB III PEMBAHASAN

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	20
III.2 Metode Penelitian .....	21
III.3 Subjek & Objek Penelitian .....	21
III.4 Unit Analisis .....	21
III.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
III.6 Teknik Analisis Data .....	23
III.7 Teknik Triangulasi Data .....	26

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1 Gambaran Subjek Penelitian .....	28
IV.1.1 Sejarah PT. Angkasa Pura II .....	28
IV.1.2 Struktur Organisasi PT. Angkasa Pura II .....	35

IV.1.3 Profil Narasumber .....	36
IV.2 Hasil dan Temuan .....	38
IV.2.1 Bandara Sebagai Pintu Utama Indonesia .....	38
IV.2.2 Dasar Perencanaan <i>Corporate Image</i> PT. Angkasa Pura II .....	47
IV.2.3 Proses <i>Planning</i> Pembentukan <i>Corporate Image</i> .....	51
IV.2.4 Proses <i>Communicating</i> Pesona Gerbang Indonesia.....	54
IV.2.5 Tahapan Evaluation Strategi Komunikasi PT. Angkasa Pura II dalam Membangun <i>Corporate Image</i> .....	57
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan.....	62
V.2 Saran.....	64
Daftar Pustaka.....	65
Lampiran.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Digital Cinema Lounge</i> Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno Hatta .....	4
Gambar 1.2 <i>Customer Service Mobile</i> Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno Hatta .....	5
Gambar 1.3 <i>Skytrain</i> Bandara Internasional Soekarno Hatta.....	6
Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus ..	15
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data: Model Interaktif .....	23
Gambar 4.1 Kantor Pusat PT. Angkasa Pura II .....	28
Gambar 4.2 Logo Perusahaan PT. Angkasa Pura II .....	34
Gambar 4.3 <i>Head of Corporate Strategy Development</i> PT. Angkasa Pura II .....	36
Gambar 4.4 <i>Assistant of Corporate Secretary</i> PT. Angkasa Pura II .....	37
Gambar 4.5 <i>Digital Cinema Lounge</i> di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta .....	40
Gambar 4.6 Contoh Brosur Kartu Kredit Danamon .....	41
Gambar 4.7 <i>Skytrain</i> Bandara Internasional Soekarno Hatta .....	42
Gambar 4.8 <i>Site Skytrain</i> Bandara Internasional Soekarno Hatta .....	43

Gambar 4.9 Bagian dalam Kereta Bandara Soekarno Hatta .....	44
Gambar 4.10 Tempat Memesan Tiket Kereta Bandara di Terminal 3 .....	45
Gambar 4.11 <i>Customer Service Mobile</i> Terminal 3 .....	46
Gambar 4.12 <i>Video Contact Center</i> Terminal 3 .....	47
Gambar 4.13 Mobil Kuno dengan Corak Batik di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta .....	52
Gambar 4.14 Lukisan wayang Modern di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta .....	54
Gambar 4.15 Keluhan Pengunjung terkait Akses Perimeter Terminal 3 ....	58
Gambar 4.16 Respon Positif Pengunjung terkait Sarana Prasarana .....	59
Gambar 4.17 Saran Pengunjung terkait Sarana Prasarana .....	59

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Konseptual .....	19
Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT. Angkasa Pura II .....	35

## ABSTRAK

Katarina Devania Citta Pramono. 1423014031. Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Angkasa Pura II dalam Membangun *Corporate Image* melalui “Pesona Gerbang Indonesia” Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Bandara Internasional Soekarno-Hatta merupakan bandara tersibuk nomor satu di Indonesia. Bertempat di wilayah Ibukota Jakarta, bandara ini memiliki tiga terminal yakni Terminal 1, Terminal 2, dan Terminal 3. Dari ketiga terminal ini, Terminal 3 memiliki bentuk arsitektur yang berbeda. Tak hanya dari segi bangunan, fasilitas dan bentuk sarana prasarana yang dimiliki Terminal 3 tergolong lebih eksklusif. Tidak semua maskapai tersedia di terminal ini. Garuda Indonesia merupakan satu-satunya maskapai milik Indonesia yang berada di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus dengan penelitian kualitatif. Hal yang mendukung metode ini ialah peneliti melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya strategi komunikasi *public relations* PT. Angkasa Pura II dalam membangun *corporate image*-nya. Adapun tahapan tersebut ialah *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluation*.

## **ABSTRACT**

Katarina Devania Citta Pramono. 1423014031. Communication Strategy of Public Relations PT. Angkasa Pura II in Building Corporate Image through “Pesona Gerbang Indonesia” Terminal 3 of Soekarno-Hatta International Airport.

Soekarno-Hatta International Airport is number one busiest airport in Indonesia. Located in the Capital Region of Jakarta, this airport has three terminals namely Terminal 1, Terminal 2, and Terminal 3. From all of these terminals, Terminal 3 has different architectural forms. Not only in terms of buildings, facilities and forms of infrastructure owned by Terminal 3 is more exclusive. Not all airlines are available in this terminal. Garuda Indonesia is the only Indonesian-owned airline located at Terminal 3 of Soekarno-Hatta International Airport.

In this study, researchers used case study research method with qualitative research. The thing that supports this method is the researchers conduct interviews, observation, and documentation. The results of this study indicate the existence of public relations communication strategy of PT. Angkasa Pura II in building its corporate image. The stages are fact finding, planning, communicating, and evaluation.

**Keywords:** Public Relations Communication Strategy, Corporate Image, PT. Angkasa Pura II